



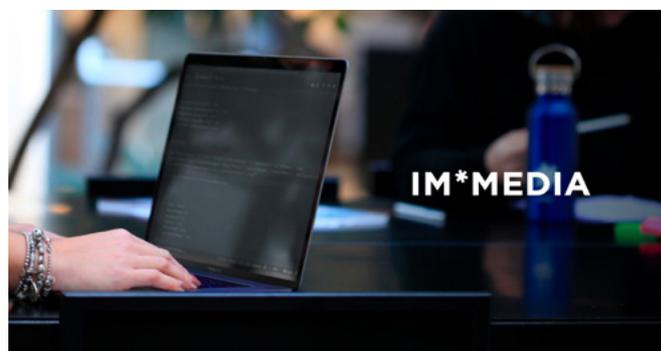
Mercato Radici al Sud e uno sguardo oltre confine: la scommessa vinta da IM*MEDIA

Al termine di un anno caratterizzato da progetti per Leays Rent, Vileda, CairoRcs Media, Prysmian Electronics che hanno portato la struttura a raggiungere un fatturato previsto di 2,3 milioni di euro, è ora il momento del lancio di Easy IM*MEDIA a supporto delle Pmi

PASQUALE
ESPOSITO LAVINA



IM*MEDIA, l'agenzia con sede a Palermo punta a diventare l'Itaca digital del Sud Italia a cui far ritorno. "Solo fino a pochi anni fa essere un'agenzia digital del Sud poteva essere penalizzante, si rischiava di essere tagliati fuori dal mercato, oggi la pandemia ha abbattuto le distanze e permesso di rivedere tanti vecchi stereotipi sul mondo della comunicazione", spiega il co-founder Pasquale Esposito Lavina. È un viaggio che dura da poco più di 25 anni quello della struttura che, come un novello Ulisse, non ha mai dimenticato la propria casa e le proprie radici senza perdere però quella spinta a scoprire cosa ci sia al di là del mare. Una di queste voci è proprio quel-



la di IM*MEDIA (<https://www.immedia.net/>), realtà in continua evoluzione ed espansione, che ha saputo cogliere nel momento di crisi pandemica un'opportunità rara: posizionarsi come una valida alternativa al mondo della comunicazione storicamente con sede a Milano. Una crescita intorno al 10% solo nell'ultimo anno, un fatturato previsto di 2,3 milioni di euro e collaborazioni di prestigio con brand e aziende italiane e progetti digitali per clienti oltre confine come, per esempio, in Francia, Spagna, Svizzera, Messico e Russia. "In

25 anni abbiamo collaborato con aziende, per progetti anche premiati, come Samsung, Sixt Italia, Cappellini (Poltrona Frau Group), Geronimo Stilton (Atlantya Entertainment), abbiamo oltre 50 clienti decennali come ad esempio Sellerio editore o CairoRcs Media (prima Rcs Pubblicità) realizzato più di 500 sistemi digitali. Eppure all'inizio il nostro essere meridionali non era qualcosa che potesse essere granché urlato", ricorda Pasquale Esposito Lavina. Ecco quindi la decisione di essere presenti a Milano e Firenze, sentita quasi



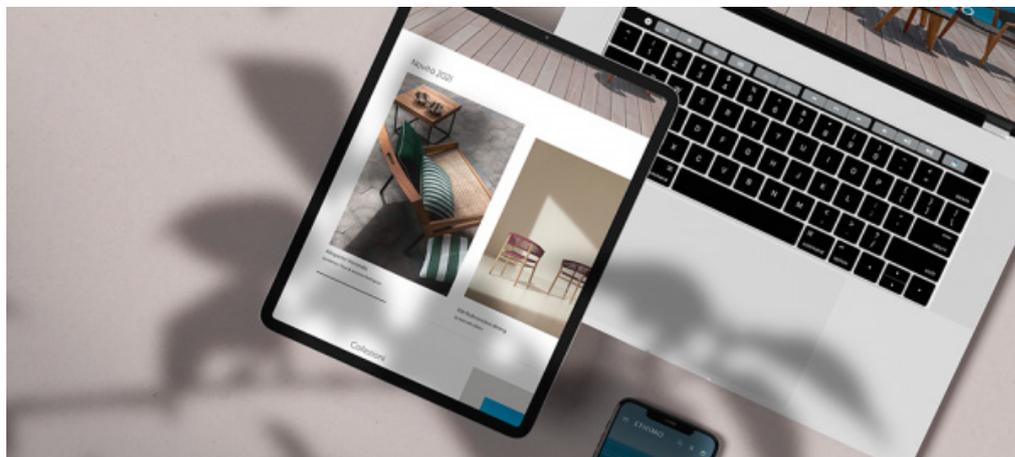
come necessità per avvicinarsi ai clienti. "La comunicazione è sempre stata un mondo in cui la vicinanza fisica fosse un elemento reputato necessario, la multinazionale che un tempo si affidava a un'agenzia del Sud doveva mettere in conto delle barriere geografiche che oggi sono state abbattute grazie allo sdoganamento del digitale", prosegue Esposito Lavina. Oggi il paradigma è completamente cambiato, in parte anche grazie a un abbattimento delle distanze fisiche e un lavoro reso, negli ultimi due anni, necessariamente più agile. Ora infatti la necessità di un rapporto professionale geograficamente più vicino sta via via scomparendo e questo sta aprendo il campo a eccellenze del settore dislocate anche in zone un tempo considerate troppo lontane dall'asse Milano - Roma. Solo nel 2021 ►



sono stati diversi i progetti realizzati per realtà di primo piano come ad esempio Leasys Rent un brand Stellantis, per il quale sono stati sviluppati progetti digital legati alla mobilità alternativa di car sharing, o la progettazione e la UX/UI delle App PRY-CAM HOME per Prysman Electronics. O ancora la gestione dei canali Social per brand come Felce Azzurra o Vileda per l'Italia e le azioni di comunicazione integrata per il Gruppo Caronte & Tourist. Con una fine d'anno che si caratterizza per l'online di progetti digitali per Barovier & Toso e Magaldi Power S.p.A.

LA CAMPAGNA "BACK TO SUD"

IM*MEDIA lancia Back To Sud, una speciale campagna di recruitment indirizzata in particolare modo ai tanti talenti che per i più svariati motivi hanno dovuto lasciare il Sud. "Abbiamo scelto di scommettere sul nostro territorio e di contribuire attivamente al suo sviluppo economico, consapevoli che oggi con la maggior interconnessione che stiamo vivendo si possano sviluppare progetti importanti e allo stesso tempo sia possibile riappropriarci di una qualità della vita alta sempre più ricercata dai professionisti", prosegue il founder. Ed è sulla base di questo presupposto che diversi professionisti "hanno fatto ritorno" e si sono uniti alla squadra di 50 persone che compongono l'agenzia palermitana: come Mirko Di Gregoli rientrato a Palermo dopo dieci anni a Torino come account manager del Gruppo Armando Testa, oggi responsabile account dell'area branding e social media marke-



ting di IM*MEDIA, o Salvatore Ducato, ventottenne palermitano tornato da Amsterdam, ora coordinatore del progetto Easy IM*MEDIA; così come Riccardo Todaro che, dopo diverse esperienze in ambito HR e gestione clienti con Nike ad Amsterdam e Pokerstars a Dublino, ha scelto di proseguire il suo percorso professionale a Palermo; oppure la front end developer Ninni La Marca che dopo anni di lavoro a Roma come web accessibility expert per la pubblica amministrazione si è trasferita nuovamente sull'isola con la famiglia, entrando nella squadra di IM*MEDIA o ancora Nicolò Palmigiano che dopo anni di consulenza con Open Reply a Milano si è unito al team dei back end developer di IM*MEDIA; infine, anche Marina Cerami, oggi Head of Customer Success, è tornata a Palermo dopo aver lavorato per un'azienda specializzata in sviluppo software a Pisa come Progettista UX e UI utilizzando la metodologia agile. Un progetto, quello di Back To Sud, che punta ulteriormente a voler valorizzare il south working, sempre più ricercato da tantissimi professionisti e più in generale a dimostra-

re come il Sud stesso possa diventare vivaio di talenti digital che vogliono contribuire alla sua stessa crescita. "Fino a pochi anni fa se ambivi a una carriera nel mondo della comunicazione eri quasi obbligato a prendere un biglietto di sola andata direzione Nord o estero. Ci piace pensare che con IM*MEDIA stiamo contribuendo a dare forza propulsiva a Palermo e alla Sicilia affinché si crei un tessuto lavorativo sempre più ricco di opportunità. L'obiettivo è che oggi la scelta non debba più essere tra la propria città e il lavoro dei sogni ma che si possa tranquillamente trovare il giusto equilibrio qui, pur con tutte le contraddizioni che ancora caratterizzano la nostra isola", spiega Pasquale Esposito Lavina.

FACILE PER LE PMI

Tra i progetti appena lanciati dall'agenzia palermitana c'è anche Easy IM*MEDIA, dedicato in particolare modo alle PMI, che vuole porsi come supporto concreto per tutte quelle realtà imprenditoriali che si stanno confrontando ora con il processo di digitalizzazione sempre più predominante e necessario. L'obiettivo non è solo quel-

lo di fornire un servizio digital quanto di essere consulenti a 360° capaci di accompagnare PMI, professionisti e piccole realtà del territorio, in un percorso di trasformazione digitale in costante cambiamento, andando così a colmare un vuoto di mercato significativo, soprattutto in molte zone del Sud Italia. Lo dimostra il fatto che il 2021 è stato l'anno in cui il fatturato proveniente dalla sola Sicilia è raddoppiato costituendo il 30% del fatturato dell'agenzia. "C'è fame e interesse da parte delle imprese del Sud intorno alla digitalizzazione in atto ma ancora non c'è una conoscenza tale da comprendere la portata e l'efficacia dello strumento e i budget necessari per sfruttare a pieno la potenza del digitale. Uno dei grossi problemi del nostro territorio è che c'è ancora purtroppo poca cultura, oltre che d'impresa, anche del digitale, salvo le dovute eccezioni particolarmente lungimiranti. Con IM*MEDIA vogliamo cercare di lavorare a stretto contatto con le tante realtà, siciliane e non, che vogliono scommettere sui prossimi scenari che la rivoluzione digitale sta aprendo a velocità sempre più rapida", conclude Pasquale Esposito Lavina.